L'organisation d'un événement sportif

GUIDE PRATIQUE

AISF a.s.b.l.
Quai de Rome 53 – 4000 LIEGE – Tel 04 344 46 06 – Fax 04 344 46 01 – info@aisf.be
www.aisf.be – www.infosport.be

L'organisation d'événements est, pour les clubs sportifs, une activité habituelle et souvent indispensable. Généralement ils cherchent par ce biais à générer des rentrées financières complémentaires. Parfois, ils poursuivent également d'autres objectifs: faire parler du club dans une optique de recrutement de nouveaux membres, sensibiliser les médias, attirer des sponsors, etc.

Or même quand les dirigeants sont rodés face à cette tâche, il arrive fréquemment que des problèmes surviennent avant, pendant ou après la manifestation.
Pourquoi? Les raisons sont multiples: oubli, petite négligence, absence d'un responsable, mauvaise coordination entre les membres, convention de partenariat mal rédigée…

Ce guide pratique est destiné à aider les organisateurs. Il a été élaboré sur base d'expériences personnelles et de documentation relative à l'organisation d'événement. Il n'a pas la prétention de proposer LA solution miracle mais peut servir de FIL CONDUCTEUR à la réflexion et à l'organisation réussie d'événements sportifs.

La mise sur pied d'un événement sportif requiert **l'enchaînement coordonné d'un certain nombre de tâches**. Pratiquement, elle peut se décomposer en 4 phases successives:

I) Phase de conception

La première phase de l'organisation d'un événement consiste à **réfléchir à ce que sera cet événement** et tenter de prévoir tout ce qui devra être mis en œuvre pour l'organiser au mieux.

1. Le capitaine et son équipe

Pour ce faire, il est impératif de désigner d'emblée **un responsable de projet, véritable coordinateur, qui s'entourera d'une équipe de collaborateurs**. En utilisant une métaphore empruntée au monde sportif, il s'agit d'abord de créer une équipe, composée d'un capitaine et d'équipiers…
Dans les faits, mieux vaut ne pas associer trop de personnes à la réflexion, sous peine de perdre en efficacité lors des réunions.

2. Le choix de l'événement

Une fois mise en place, l'équipe doit **déterminer collégialement la nature de l'événement à organiser**. Celui-ci dépendra notamment :

- du but poursuivi

Quel est l'objectif poursuivi par l'organisation de l'événement. Vise-t-on des rentrées financières, la promotion du club, recruter de nouveaux membres, développer la convivialité entre les membres…?

- du public visé (cible)

L'activité sera-t-elle proposée à des adultes, à des enfants, à des non-affiliés, à des sportifs ou non,… ?
Le public sera ciblé en fonction de l'objectif défini précédemment. En effet, si l'objectif est le recrutement de nouveaux jeunes adhérents, organiser une soirée dansante n'est sans doute pas adéquat ! Par contre, si l'objectif est la promotion du club, la participation à la fête du sport locale devient un incontournable, tant pour la promotion vers des non-affiliés que vers les élus locaux.
Le public visé aura une influence certaine sur le choix de la date, du jour et de l'horaire de la manifestation.

- des ressources disponibles : humaines, financières et matérielles

Elles doivent être évaluées d'une manière très réaliste :

- Combien de personnes sont disposées à porter le projet ?
  Exemple: Est-il humainement possible de tenir un stand dans un salon des sports de manière efficace pendant 7 jours? Y aura-t-il suffisamment de personnes pour encadrer le tournoi de fin d'année qui rassemble 72 équipes?

- De quels fonds dispose-t-on pour initier le projet ?
  Exemple: Le club dispose-t-il de moyens suffisants pour la promotion correcte de l'événement?

- Quels moyens matériels mis à disposition ?
  Exemple: Les installations nécessaires existent-elles ou non? Doit-on louer du matériel supplémentaire?

- du milieu dans lequel évolue le club

Il s'agit de déterminer si l'on veut organiser un événement « sans risque » ou se montrer plus original.

Dans le premier cas, mieux vaut organiser un événement que l'on maîtrise et donc rester dans sa discipline…

Exemple
Un club de basket organise un tournoi de street-basket.
Les dirigeants du club connaissent la discipline et le public visé.

Si par contre, on veut être plus créatif, il faut s'assurer qu'on pourra contrôler tous les paramètres de l'événement envisagé.
Dans ce cas, il est utile de se renseigner pour voir si une telle activité a déjà été organisée ailleurs et d'en connaître le succès. Si elle est originale au point de ne jamais avoir été organisée, il est important de définir les chances de réussite de l'activité envisagée. Pour estimer les chances d'une activité, on dresse un tableau en deux colonnes, l'une avec les atouts de l'activité, l'autre avec ses faiblesses.

Exemple
Une association multisports veut organiser une « journée découverte » des différentes activités sportives offertes dans la commune. Cette journée consiste en un parcours sportif, où les participants pourront s'essayer aux différents sports, couplé à un jeu concours sous forme de questions relatives à chaque sport proposé.

Atouts de l'activité	Faiblesses de l'activité
▪ Originale ▪ Unique dans la région ▪ Sportive et ludique ▪ Grand intérêt des pouvoirs publics locaux vis-à-vis de l'activité proposée ▪ Concerne le public sportif au sens large ▪ …	▪ Public potentiel? ▪ Jamais organisée ▪ Collaboration entre les différents clubs jamais tentée ▪ …

L'analyse d'un tel tableau ainsi que sa confrontation au budget permettra de déterminer au mieux sa faisabilité et donc son organisation.

- de la période de l'année

Certaines périodes sont plus propices que d'autres pour certaines manifestations. Si parfois le choix est libre, à d'autres moments, le choix est souvent guidé par des contraintes extérieures. On peut citer quelques périodes qui influencent le choix d'un événement: les fêtes de fin d'année, la rentrée scolaire, les vacances scolaires, les saisons,…

La date sera également choisie en tenant compte d'autres paramètres comme l'objectif poursuivi, le public visé (adultes ou enfants), les autres manifestations prévues dans la région, la semaine ou le week-end, la journée ou la soirée.

Il est également intéressant de mettre sur papier le calendrier des manifestations du club déjà en place tout au long de l'année. Cela permettra de savoir à quelle période l'ensemble des ressources du club peuvent être mobilisées et de voir s'il existe des possibilités de placer une nouvelle activité sans perturber celles qui existent déjà.

3. La fiche technique

- De l'événement

Quand l'idée générale de l'événement a été décidée (concept – objectifs – cibles), l'étape suivante consiste à **décrire l'activité précisément, en fixant la date, le lieu et l'horaire**.
Les quelques questions suivantes permettront de préciser l'activité:

- Qui?
- Quoi?

- Quand?
- Où?
- Comment?
- Pour qui?
- Pourquoi?

- Des activités annexes

Parallèlement à l'événement principal, il se peut aussi que d'autres activités doivent être prévues, pour atteindre le ou les objectifs définis.
Celles-ci doivent également être envisagées en détails.

Exemple
Des activités horeca sont souvent nécessaires, voire indispensables, si le but recherché est la récolte de fonds.

Quand l'activité principale et les éventuelles activités annexes sont établies, il est conseillé de les consigner par écrit dans une fiche technique synthétique. (Voir…..).
Il est également intéressant à cet instant de donner un nom accrocheur à l'événement que l'on projette d'organiser…

4. Budgétisation du projet

Il est impératif d'**établir un budget prévisionnel avant toute organisation d'événement**.
Pour ce faire, l'organisateur doit se montrer extrêmement précis et prudent :
d'une part, il s'agit de lister de manière tout à fait précise l'ensemble des postes « Dépenses » en fonction des plans de travail établis et d'autre part, d'évaluer raisonnablement les « Recettes » qui découleront de l'activité.

La décision finale de l'organisation de l'événement sera prise une fois le budget calculé et le risque évalué.
A ce stade, il est toujours temps d'annuler le projet s'il s'avérait impossible à assumer financièrement.

II) Phase de préparation

5. Identification des secteurs

Une fois l'activité principale et les activités annexes déterminées, l'étape suivante consiste à **identifier tous les « secteurs » nécessaires à la réalisation de la manifestation**.

Exemples principaux de secteurs:

- Secteur infrastructures, matériel et logistique
- Secteur sportif (compétition – arbitrage)
- Secteur administratif (secrétariat – gestion des inscriptions – classement)
- Secteur promotion – recherche de sponsors – relations publiques
- Secteur financier (suivi du budget – gestion de la trésorerie)
- Secteur horeca
- …

Ensuite, pour plus de facilité et pour éviter des doubles-emplois, il s'agit de **définir les différentes tâches à accomplir dans chaque secteur** et le nombre de personnes nécessaires pour remplir ces tâches.

Exemple :

Secteur promotion
- Elaborer la stratégie promotionnelle de l'événement
- Préparer les outils de promotion (dossier de présentation de l'événement, folders, affiches, etc.)
- Distribuer ces outils aux endroits adéquats
- Rédiger et envoyer des communiqués de presse aux médias locaux + relancer par téléphone les journalistes sportifs potentiellement intéressés
- Inviter personnellement les représentants des médias, des autorités publiques, des partenaires et sponsors
- Inviter un photographe

Il est utile également de préciser l'autonomie de chacun dans chaque secteur et les collaborations indispensables entre les responsables de secteur. Par exemple, le responsable du secteur boissons passera la commande auprès du brasseur mais le fond de caisse nécessaire à la vente des tickets sera fourni par le trésorier.

6. Attribution des tâches

Une fois les secteurs définis, il faut **procéder à la désignation d'un responsable par secteur.** Une personne peut évidemment se charger de plusieurs secteurs, l'idéal étant que les secteurs choisis soient proches, comme le secteur promotion et le secteur relations publiques.
Les responsables travailleront seuls ou choisiront des collaborateurs, en fonction des tâches définies plus haut. Le responsable du secteur coordonnera alors les tâches de ses collaborateurs.
A ce moment, un tableau peut être dressé, reprenant les différents secteurs et les tâches dans chacun d'entre eux.

Exemple

Manifestation:……	Date, lieu, horaire
Secteur sportif	
Elaboration du règlement	Nom
Accueil des équipes	Nom
Gestion du calendrier	Nom
Secteur horeca	
Commande	Nom
Bar	Nom (+horaire par ex.)
Service tables	Nom
Caisse	Nom
Secteur promotion/relations publiques	
Rédaction des documents promotionnels	Nom
Contacts avec presse	Nom
Accueil des VIPs	Nom
…	

7. Etablissement d'un échéancier

Quand la répartition des tâches est faite, il est utile de **prévoir un échéancier, de sorte que chacun sache ce qu'il doit faire et quand il doit le faire**. Celui-ci prend généralement la forme d'un compte à rebours. En partant de la date de l'événement, on place dans le temps les échéances des tâches à réaliser.

Exemple

J-6 mois
- Choisir et définir l'activité
- S'assurer de la disponibilité des infrastructures
- Recherche de la meilleure offre de location de matériel

J-4 mois
- Définir la campagne de promotion (invitations, affiches, spots radio, "toutes-boîtes", dossiers de presse,…)
- Débuter la recherche de sponsoring en fonction de la campagne de promotion définie avant
- Concevoir les supports promotionnels

J-2 mois
- Effectuer les démarches concernant des autorisations particulières (droits de passage, publicité sur la voie publique, demande de matériel (barrière Nadar,…),…
- Réserver le matériel particulier (tentes, bar, réfrigérateurs, tables,…)
- Lancer les invitations aux participants
- Commencer la campagne de promotion (envois des dossiers presse, affiches,…)

J-1 mois
- Inviter les VIPs
- Souscrire les assurances nécessaires
- Continuer la promotion

J-15
- S'assurer des inscriptions
- Vérifier si tout est réservé, loué, accordé,…
- Avertir la presse (conférence de presse, dossier de présentation, etc.)
- Continuer la promotion

J-8
Tirage au sort
- Identifier les VIPs ayant répondu favorablement à l'invitation
- Vérifier le programme d'accueil spécifique aux VIPs

J-3
- Passer commande brasseur, traiteur,….
- Achat des fournitures spécifiques

J-2
- Préparer le matériel nécessaire pour chaque poste (tarifs, caisses, stylos, paires de ciseaux,…)

J-1
- Monter et placer le matériel nécessaire pour chaque secteur (tables, chaises, panneaux d'information, marquoirs, chronomètres, panneaux sponsors, barrière, matériel destinés à la pratique sportive,…)
- Vérifier les inscriptions

Jour J
- Déroulement de l'événement

J+1
- Démonter et ranger le matériel
- Envoyer les résultats, commentaires sur l'activité, à la fédération, à la presse,…

J+7
- Payer les factures en suspens

J+15
- Faire le bilan sportif, organisationnel, financier et promotionnel de la manifestation.
- Remercier les différents partenaires de l'événement (pouvoirs publics, sponsors,…)

8. Le suivi de la préparation de l'événement

Au cours de la phase opérationnelle, il faut **assurer le suivi des missions répertoriées**. Cette tâche incombe au capitaine. Il doit s'assurer que tout ce qui a été prévu est bien réalisé et organisé en fonction de l'échéancier.
Pour cela, il doit organiser des réunions de coordination avec les responsables de secteurs. L'ordre du jour de ces réunions est principalement l'état d'avancement des « travaux ». Les principales décisions de ces réunions sont consignées dans un rapport écrit.

En principe, si chaque tâche de chaque secteur a été envisagée et attribuée, le contrôle de la phase opérationnelle est relativement simple: il "suffit" de suivre le "mode d'emploi" préalablement élaboré.

9. Le "faire-savoir" du projet

Une attention particulière doit être prêtée à la communication de l'événement, tant interne qu'externe. C'est le capitaine-coordinateur qui en est responsable.

Au niveau interne, il doit favoriser les bons échanges entre les équipiers, ce qui créera une ambiance de travail agréable générant une motivation positive. Il devra animer et encourager le groupe, valoriser sans cesse le travail accompli, pour tirer le meilleur de chaque collaborateur.

Au niveau externe, le capitaine est le lien privilégié avec les représentants de la presse, les autorités partenaires, les sponsors, les VIPs,….

Pour en savoir plus sur cet aspect, cf le guide *"La communication au service du club"*

III) Phase de réalisation

Dans la phase de réalisation, il s'agira de **suivre le plus correctement possible le plan d'actions établi** et surtout de **maintenir une bonne communication permanente** entre tous ceux qui participent au projet.
Durant la manifestation, chacun devra tenir la place pour laquelle il a été désigné et savoir à qui s'adresser en cas de problème.

Au terme de la manifestation, il faudra penser à ranger le matériel et remettre l'infrastructure en état.

IV) Phase d'évaluation

Après l'activité, il est indispensable de **procéder à l'évaluation rétrospective de l'événement,** en y associant tous les acteurs concernés.
D'une part, cela permettra de savoir si le ou les objectif(s) poursuivis ont été atteints et dans quelle mesure. En fonction de cette analyse, il sera plus aisé de décider de maintenir l'opération l'année suivante, de la modifier ou de la supprimer.

D'autre part, l'évaluation a posteriori facilitera et améliorera le processus opérationnel en cas de reconduction de l'événement.

10. Bilan de l'activité

Le bilan de l'événement sera effectué en tenant compte du ou des objectif(s) qui avai(en)t été fixé(s) initialement. On distingue généralement 4 grands axes :

- Bilan sportif
  - Quel a été le taux de participation par rapport à l'estimation de départ?
  - Le programme était-il attractif ?
  - Les infrastructures étaient-elles adéquates ? Le matériel à disposition ?
  - A-t-on bien assuré la sécurité des participants ?
  - Les participants et les spectateurs étaient-ils satisfaits/insatisfaits?
  - La compétition s'est-elle déroulée dans un bon esprit ?

- Bilan organisationnel
  - Le plan établi a-t-il été respecté ? L'échéancier ? Le partage des tâches ?
  - La coordination entre les différents collaborateurs était-elle bonne ?
  - Comment qualifier l'accueil des participants ? La gestion du secrétariat ?
  - Quels sont les points positifs de l'organisation?
  - Quels ont été les problèmes? Quelles solutions pour l'avenir?

- Bilan financier
  - Quel est le bilan financier? Quels sont les bénéfices éventuels?

- Bilan promotionnel
  - Le club a-t-il été mis en valeur?
  - Son image est-elle plus positive encore auprès des participants, du public, des autorités, des partenaires?

La dernière étape consiste à **remercier tous ceux qui ont contribué à l'événement** : les collaborateurs bénévoles, les partenaires publics, les sponsors….

La fiche technique d'un événement

Projet « ..... »

RESPONSABLES (+ coordonnées):

CONCEPT GÉNÉRAL :

OBJECTIFS :

ORGANISATION :

- Date :

- Lieu :

- Horaire :

- Activités :

MOYENS :

- Humains :

- Matériels :

- Financiers :

ACTIONS - ECHÉANCIER :

Répartition des tâches

Manifestation:……. Objectif:……	Date:……. Lieu:…… Horaire:…….
Secteur …..	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur …..	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur …..	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..
Secteur ….	
Tâches ……..	Nom……..
……..	Nom……..
……..	Nom……..

Echéancier

J-6 mois - … - … - … - …	**J-3** - … - … - … - …
J-4 mois - … - … - … - …	**J-2** - … - … - … - …
J-2 mois - … - … - … - …	**J-1** - … - … - … - …
J-1 mois - … - … - … - …	**Jour J** - … - … - … - …
J-21 - … - … - … - …	**J+1** - … - … - … - …
J-15 - … - … - … - …	**J+7** - … - … - … - …
J-8 - … - … - … - …	**J+15** - … - … - … - …